

การจัดการซัพพลายเชนเบื้องต้น (Introduction of Supply Chain Management)

โดย อ.มงคล พันธ์ดำรงกุล

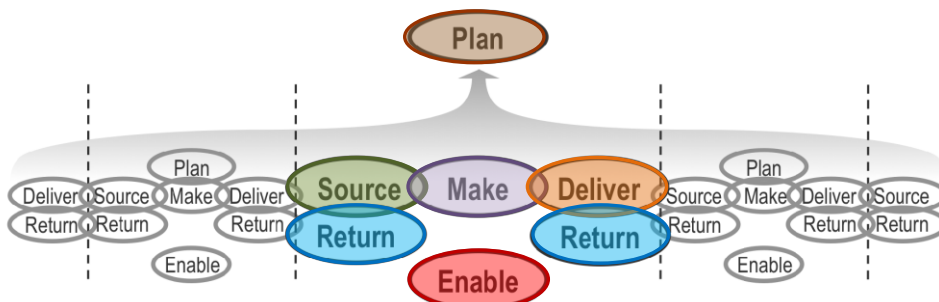
หลักการและเหตุผล

การบริหารสถานประกอบการให้ประสบความสำเร็จ และเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนเป็นสิ่งจำเป็น เป็นเป้าหมายที่สำคัญ สำหรับการบริหารจัดการองค์กรในปัจจุบัน ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยนำเข้า (Input) สภาพทางการแข่งขัน และความต้องการของลูกค้า มีความผันแปรตลอดเวลา ประกอบกับเทคโนโลยีเครื่องมือในการดำเนินงานด้านต่างๆ ของโลก ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กรในการเรียนรู้และขับเคลื่อนองค์กรเพื่อเข้าสู่ยุค Digital อย่างเต็มรูปแบบ

ในอดีตภายใต้สภาวะการแข่งขันให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้ หลากหลายเครื่องมือและปรัชญาทางการบริหารถูกสรรหาเข้ามา ช่วยในการบริหารจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่องตามยุคสมัย ไม่ว่าจะเป็น TQM, TPM, Lean, 6-Sigma, ISO 9000, ISO14000, TIS18000 เป็นต้น แม้ว่าเครื่องมือเหล่านี้จะช่วยยกระดับความสามารถขององค์กรได้ แต่ปัญหาการสร้างเชื่อมั่น การตอบสนองต่อความต้องการอย่างรวดเร็ว คล่องตัว และอยู่บนพื้นฐานของต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำ การบริหารสินทรัพย์ให้มีประสิทธิภาพ กลับเป็นปัญหาสำคัญที่สถานประกอบการส่วนใหญ่ไม่สามารถดำเนินการให้ลุล่วงไปได้ ทั้งนี้เนื่องจากต้นทุนของสินค้า และการได้มาซึ่งสินค้าเพื่อพร้อมส่งมอบให้ลูกค้า นั้น มีความเชื่อมโยงตั้งแต่ผู้ส่งมอบ ผู้ผลิต จนกระทั่งลูกค้า ยิ่งมีความสูญเปล่า (Waste) ในแต่ละกระบวนการมากขึ้นก็ยิ่งทำให้ต้นทุนสินค้าเพิ่ม การตอบสนองก็อาจล่าช้า สุดท้ายลูกค้าก็จะได้รับสินค้าและบริการที่มีราคาสูงขึ้น

จากปัญหาดังกล่าว ระบบการจัดการซัพพลายเชน (Supply Chain Management) จึงได้รับการพัฒนาขึ้นโดยมุ่งหวังที่จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผน และการบริหารกิจกรรมโลจิสติกส์ทุก ๆ กิจกรรม ให้เกิดการประสานงานกัน (Coordination) และการเชื่อมโยงกัน (Collaboration) ระหว่างผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ตัวกลาง ผู้ให้บริการขนส่ง และลูกค้า โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือการสร้างประสิทธิภาพและความสมดุลร่วมกัน (Optimization) ตลอดซัพพลายเชน และตัวแบบสำคัญที่นำมาใช้ในการพัฒนาการจัดการในปัจจุบัน คือ SCOR Model ซึ่งให้ความสำคัญกับกระบวนการสร้างความเป็นเลิศอย่างเป็นระบบทั้ง 6 กระบวนการหลักภายในซัพพลายเชน คือ Plan Source Make Deliver Return และ Enable

ตัวแบบ SCOR เป็นตัวแบบการจัดการซัพพลายเชนที่สอดคล้องตามแนวทางในการพัฒนาองค์กรของ บริษัทฯ ดังนั้นการพัฒนาบุคลากรขององค์กร โดยเริ่มต้นจากการสร้างองค์ความรู้พื้นฐานและมีแนวคิดด้านการจัดการซัพพลายเชนที่เหมาะสมโดยอ้างอิงจากตัวแบบ SCOR จะมีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อองค์กร เพื่อนำไปสู่การพัฒนาจุดที่อ่อนแอภายในซัพพลายเชนให้แข็งแกร่ง และสร้างความแข็งแกร่งในจุดที่แข็งแกร่งต่อไป



วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด หลักการ ของการจัดการซัพพลายเชน
2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความรู้ในการประเมินสมรรถนะของการจัดการซัพพลายเชนขององค์กรและหน่วยงานที่ตนปฏิบัติงาน และสามารถเปรียบเทียบ/เทียบเคียงสมรรถนะการดำเนินงานกับองค์กรอื่น ๆ ได้
3. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือ เทคนิค และแนวปฏิบัติเพื่อช่วยพัฒนาปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติในปัจจุบัน
4. เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้นำองค์ความรู้ แนวความคิดจากการฝึกอบรม ไปพัฒนา ปรับปรุง กระบวนการดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อให้มีสมรรถนะในการจัดการซัพพลายเชนขององค์กรสูงขึ้น

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้เข้าอบรมมีความรู้ความเข้าใจในแนวคิด หลักการการจัดการซัพพลายเชน
2. ทราบถึงสมรรถนะและจุดอ่อนของการดำเนินงานด้านซัพพลายเชนขององค์กรที่ควรได้รับการพัฒนาปรับปรุง
3. สามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือสำหรับการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานด้านซัพพลายเชนขององค์กร
4. สามารถพัฒนา ปรับปรุง กระบวนการดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อให้มีสมรรถนะสูงขึ้น

หัวข้อการอบรม / สัมมนา

1. แนวคิด และความสำคัญของการจัดการโซ่อุปทาน
2. ตัวแบบสำหรับการบริหารจัดการโซ่อุปทาน
3. พีรมิติสมรรถนะ 5 ด้าน ในการวัดประสิทธิผลการดำเนินงานภายในโซ่อุปทาน
4. กระบวนการดำเนินงานที่ต้องปฏิบัติและควบคุมให้เป็นเลิศในซัพพลายเชน
5. เครื่องมือ และแนวปฏิบัติเพื่อพัฒนาปรับปรุงงานภายในโซ่อุปทาน
6. แนวโน้มและทิศทางการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในอนาคต
7. การเตรียมความพร้อมและกระบวนการพัฒนาปรับปรุงภายในโซ่อุปทาน
8. การใช้ Supply Chain Application Platform เพื่อพัฒนาและสร้างความเชื่อมโยงในโซ่อุปทาน

ระยะเวลาอบรม : 1 วัน (09:00 – 16:00 น.)

แนวทางและวิธีการพัฒนาการเรียนรู้



เหมาะสำหรับ:

1. ผู้บริหาร / หัวหน้างาน
2. บุคลากรที่ปฏิบัติงานและเกี่ยวกับกระบวนการหลักภายในโซ่อุปทาน ได้แก่ Plan, Source, Make, Deliver, Return และ Enable รวมทั้งกระบวนการที่เชื่อมโยง คือ Marketing, Finance, Costing เป็นต้น